

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN LAPANGAN FUTSAL
PADA PLANET FUTSAL DI GRAHA FAMILY
SURABAYA

(Studi Kasus Konsumen Yang Menggunakan Jasa Lapangan Futsal Pada
Planet Futsal Graha Family Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :
DWI SUPRIYANTO
NPM. 0942010010

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2013

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN LAPANGAN FUTSAL PADA
PLANET FUTSAL DI GRAHA FAMILY SURABAYA
(Studi Kasus Konsumen Yang Menggunakan Jasa Lapangan Futsal Pada
Planet Futsal di Graha Family Surabaya)

Disusun Oleh :

DWI SUPRIYANTO
NPM. 0942010010

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP : 19550718198302001

Mengetahui

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN LAPANGAN FUTSAL PADA
PLANET FUTSAL DI GRAHA FAMILY

SURABAYA

(Studi Kasus Konsumen Yang Menggunakan Jasa Lapangan Futsal Pada
Planet Futsal di Graha Family
Surabaya)

Oleh :
DWI SUPRIYANTO
NPM. 0942010010

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 5 Juni 2013

Menyetujui

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

2. Sekretaris

R.Y. Rusdianto, S. Sos, M.Si
NPT. 372069500461

3. Anggota

Mengetahui
DEKAN

Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena dengan izin dan karunia Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul ” Variabel-variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya

Di dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka tidak berlebihan apabila penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan berupa dorongan serta bimbingannya dari ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi selaku dosen pembimbing skripsi serta pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec.Hj. Suparwati, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional”Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida,M.Si, selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Semua Bapak/Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak pernah bosan untuk memberikan ilmu pengetahuan dan pengarahan

5. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulisan dalam menyusun proposal penelitian ini baik langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1.3 Tujuan Pemasaran	9
2.1.1.4 Konsep Pemasaran	10
2.1.1.5 Strategi Pemasaran.....	13
2.1.2 Pemasaran Jasa	14
2.1.2.1 Pengertian Jasa.....	14
2.1.2.2 Karakteristik Jasa	15
2.1.2.3 Klasifikasi Jasa.....	17
2.1.2.4 Macam-macam Jasa	19

2.1.2.5 Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa	20
2.1.2.6 Strategi Pemasaran Jasa.....	22
2.1.2.7 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3 Perilaku Konsumen	26
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	26
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	27
2.1.4 Keputusan Pembelian	30
2.1.4.1 Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian ...	33
2.1.4.2 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen	36
2.2 Kerangka Berpikir	38
2.3 Hipotesis.....	41
 BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.1.1 Devinisi Operasional	42
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	45
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sample	46
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47

3.3.1 Sumber Data.....	47
3.3.2 Jenis Data	47
3.3.3 Pengumpulan data.....	48
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.4.1 Uji Validitas.....	48
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.4.3 Analisis Asumsi Klasik	49
3.4.3.1 Multikolinearitas	50
3.4.3.2 Heteroskedastisitas.....	50
3.4.3.3 Normalitas	51
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	51
3.5.1 Teknik Analisis	51
3.5.2 Uji Hipotesis	53
3.5.2.1 Uji F.....	53
3.5.2.2 Uji t.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.1.1 Sejarah.....	58
4.2 Deskkripsi Identitas responden	58
4.2.1 Deskripsi identitas responden berdasarkan usia	59
4.2.2 Deskripsi identitas responden berdasarkan pekerjaan.....	60

4.2.3	Deskripsi identitas responden berdasarkan pendidikan	61
4.3	Penyajian Data	62
4.3.1	Deskripsi variabel produk (X1)	62
4.3.2	Deskripsi variabel harga (X2).....	63
4.3.3	Deskripsi variabel lokasi (X3)	64
4.3.4	Deskripsi variabel promosi (X4).....	65
4.3.5	Deskripsi variabel proses (X5)	66
4.3.6	Deskripsi variabel orang (X6)	67
4.3.7	Deskripsi variabel tampilan fisik (X7)	68
4.3.8	Deskripsi variabel keputusan konsumen (Y).....	69
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.4.1	Uji Validitas.....	72
4.4.2	Uji Reliabilitas	74
4.5	Uji Asumsi Klasik	75
4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.7	Pengujian Hipotesis.....	83
4.7.1	Uji Simultan (F)	83

4.7.2 Uji Parsial (t).....	85
4.8 Pembahasan	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Pengguna lapangan pada Planet Futsal Surabaya	4
Tabel 3.1 : Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	52
Tabel 4.1 : Deskripsi identitas berdasarkan usia responden.....	61
Tabel 4.2 : Deskripsi identitas responden berdasarkan pekerjaan.....	62
Tabel 4.3 : Deskripsi identitas responden berdasarkan pendidikan.....	63
Tabel 4.4 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk (X_1)	64
Tabel 4.5 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X_2)	65
Tabel 4.6 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_3).....	66
Tabel 4.7 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X_4)	67
Tabel 4.8 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses (X_5)	68
Tabel 4.9 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orang (X_6).....	69
Tabel 4.10:Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tampilan Fisik(X_7)	
Tabel 4.11:Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	71
Tabel 4.12 : Uji Validitas	74
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas	76

Tabel 4.13 : Uji Multikolinier	78
Tabel 4.14 : Uji Heterokedesitas.....	79
Tabel 4.15 : Hasil uji normalitas	81
Tabel 4.16 : Hasil analisis regresi linier berganda.....	83
Tabel 4.17 : Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.18 : Hasil Uji t.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Tahapan Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1 : Kurva Uji F.....	57
Gambar 4.1 : Grafik statistik Normalitas	82
Gambar 4.2 : Grafik uji F.....	88
Gambar 4.5 : Kurva Distribusi t Variabel X_1	90
Gambar 4.6 : Kurva Distribusi t Variabel X_2	91
Gambar 4.7 : Kurva Distribusi t Variabel X_3	92
Gambar 4.8 : Kurva Distribusi t Variabel X_4	93
Gambar 4.9 : Kurva Distribusi t Variabel X_5	94
Gambar 4.10: Kurva Distribusi t Variabel X_6	95
Gambar 4.11: Kurva Distribusi t Variabel X_7	96

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Daftar Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas
- Lampiran 4 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Regresi Linier Berganda

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN LAPANGAN FUTSAL
PADA PLANET FUTSAL GRAHA FAMILY
SURABAYA**

(Studi Kasus Konsumen Yang Menggunakan Jasa Lapangan Futsal Pada
Planet Futsal di Graha Family Surabaya)

Oleh :
DWI SUPRIYANTO
NPM. 0942010010

ABSTRAKSI

Planet Futsal adalah salah satu yang menyediakan jasa persewaan lapangan futsal. Bisnis jasa persewaan lapangan futsal pada saat ini tergolong sangat pesat, sehingga pengelola saling bersaing baik dalam kualitas produk, harga, promosi, lokasi, proses, people dan tampilan fisik. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial produk, harga, lokasi, promosi, proses, people dan tampilan fisik terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa persewaan lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya, dan untuk menganalisis pengaruh yang dominan antara produk, harga, lokasi, promosi, proses, people dan tampilan fisik terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya.

Variabel penelitian ini adalah produk, harga, promosi, lokasi, proses, people, tampilan fisik dan keputusan konsumen dengan. Untuk menjawab perumusan dan hipotesis penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil pengujian secara simultan menyimpulkan bahwa produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), promosi (X_4), proses (X_5), people (X_6), tampilan fisik (X_7), dan mempengaruhi keputusan konsumen (Y). Hasil pengujian secara parsial menyimpulkan bahwa a) Produk (X_1) secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen (Y) menggunakan jasa pada Planet Futsal. b) Harga (X_2) secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen (Y) menggunakan jasa pada Planet Futsal. c) People (X_6) secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen (Y) menggunakan jasa pada Planet Futsal.

Kata Kunci : Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Lokasi (X_4), Proses (X_5), Personal trai/karyawan (X_6), Tampilan fisik (X_7), dan Keputusan Konsumen (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin ketat, menuntut adanya system pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, antara lain dengan mengefektifkan aktivitas-aktivitas pemasaran agar dengan biaya yang tersedia dapat dicapai hasil penjualan dalam jumlah yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan. agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.

Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Perilaku konsumen di dalam mengkonsumsi produk jasa, sama halnya seperti perilaku di dalam mengkonsumsi produk yang bersifat bukan jasa. Di dalam mengkonsumsi jasa, konsumen dihadapkan pada suatu proses pemilihan, proses pengkonsumsian dan proses setelah mengkonsumsi, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Dalam keputusan membeli, konsumen sering kali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembelinya. Proses pengambilan keputusan pembeli sangat bervariasi, ada yang sederhana ada pula yang kompleks. Proses-proses tersebut dimulai pembelian beberapa produk hingga terjadinya transaksi pembelian. Namun proses pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti oleh tahap-tahap perilaku pasca pembelian.

Produk jasa yang layak diterima konsumen sangat dipengaruhi oleh penilaian konsumen terhadap produk jasa yang telah diterimanya dan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen antara lain produk, price, place, promotion, process, people, dan phsyscal evidence merupakan variabel-variabel yang mendorong hasrat untuk mengkonsumsi produk jasa yang dikehendaki konsumen. Dalam bisnis bidang jasa banyak sekali produk jasa yang ditawarkan seperti misalnya : jasa pendidikan, jasa kesehatan, jasa hiburan, jasa transportasi, dan lain-lain. Perusahaan-perusahaan tersebut

sedemikian rupa agar dapat bertahan hidup dalam dunia bisnis Indonesia yang mau tidak mau telah memasuki persaingan global.

Semaraknya perkembangan dibidang olahraga, maka membuka lebar pertumbuhan yang pesat dalam bisnis olahraga. Bisnis persewaan lapangan futsal merupakan pemasaran di bidang jasa. Dewasa ini bisnis persewaan lapangan futsal semakin berkembang pesat, hal ini ditunjukkan dengan adanya persaingan yang semakin ketat. Saat ini futsal merupakan olahraga yang lagi booming atau paling di gemari oleh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari kalangan dewasa, pekerja, hingga remaja, baik masyarakat dari lapisan atas maupun lapisan bawah. Futsal juga merupakan olahraga yang bukan tergolong mahal, saat ini bagi sebagian orang futsal di jadikan suatu kebutuhan untuk menjaga kebugaran fisiknya sehingga jika ada waktu luang atau saat libur banyak digunakan untuk bermain futsal. Terkait dengan hal tersebut, maka keberadaan tempat olahraga khususnya lapangan futsal dengan berbagai klasifikasi menjadi penting bagi pengusaha lapangan futsal. Demikian juga dengan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan lapangan futsal pada planet futsal di graha family Surabaya. Pihak pengelola juga selalu memperhatikan aspek-aspek yang dapat menunjang meningkatnya penjualan jasa seperti fasilitas, kenyamanan, serta keamanan di samping itu juga lokasi Planet Futsal yang dekat dengan sekolah

dan tempat berbelanja serta perkantoran. Planet futsal Surabaya mempunyai empat lapangan futsal rumput sintetis, juga dilengkapi dengan area WiFi serta

loker untuk ganti pemain. Berikut adalah jumlah data tim pengguna lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya :

Tabel 1.1

Data pengguna lapangan pada Planet Futsal Surabaya

DATA PENGGUNA LAPANGAN PLANET FUTSAL	
	JUMLAH SELURUH TIM PENGGUNA LAPANGAN FUTSAL PER BULAN
OKTOBER 2012	312
NOVEMBER 2012	312
DESEMBER 2013	334
JANUARI 2013	346
FEBRUARI 2013	340
TOTAL	1644

Sumber : Planet Futsal, Surabaya Tahun 2013

Dalam tiap bulan jumlah tim pengguna lapangan futsal tidak selalu mengalami kenaikan yang terkadang juga mengalami penurunan jumlah tim pengguna, hal ini disebabkan oleh adanya persaingan persewaan lapangan futsal yang ada di daerah Surabaya.

Untuk menunjukkan kualitas produk/jasa pihak pengelola harus mengemas produknya supaya memiliki daya tarik tersendiri di pasar.

Sehingga kesejahteraan pengelola dapat ditingkatkan serta memungkinkan konsumen untuk mendapatkan ketenangan dan kenyamanan dalam berolahraga futsal di planet futsal graha family Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Lapangan Futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya”

1.2 Perumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan pada variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, tampilan fisik terhadap keputusan konsumen menggunakan lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial pada variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, tampilan fisik terhadap keputusan konsumen menggunakan lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan pada variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, tampilan fisik terhadap keputusan konsumen menggunakan lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya

- b. Untuk mengetahui menganalisis pengaruh secara parsial pada variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, tampilan fisik terhadap keputusan konsumen menggunakan lapangan futsal pada Planet Futsal di Graha Family Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Diharapkan dapat digunakan untuk kepentingan ilmiah dan referensi kepustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim, khususnya di bidang pemasaran jasa yang berkaitan dengan keputusan konsumen.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan keputusan konsumen menggunakan lapangan futsal pada Planet Futsal